

ЖУРНАЛИСТИКА НЕ ОТПУСТИЛА



Когда я работал в газете, у нас было три причины, по которой тот или иной материал появлялся на страницах издания. Об этом попросили читатели в своих письмах/звонках/визитах в редакцию. Это реклама. Это отработка контракта на информационное сопровождение с администрацией. В блогосфере история другая: прямой запрос вы вряд ли увидите. Правила игры задают алгоритмы, а пользователи хаотично подписываются/отписываются, изредка ставят лайки и с радостью выскажут эмоциональное «фу». Поэтому нет смысла пытаться объять необъятное, угодить всем, выбираете интересующую вас нишу и работаете.

Андрей Мужщинский,
спичрайтер, журналист, блогер,
город Красноярск

<https://vk.com/muzhshinsky>
<https://dzen.ru/liveinthecity>

ЕСЛИ НЕИНТЕРЕСНО ВАМ, ТО ПОЧЕМУ ДОЛЖНО БЫТЬ ИНТЕРЕСНО ДРУГИМ?

20 лет я писал в разные газеты. Сначала в школьную, районную, потом в университетскую, городские, региональные, межрегиональные, федеральные... В общем, постоянная гонка за килобайтами и читателем. Пишущие поймут). Три года назад мне предложили должность спичрайтера, и я ушел из редакции. Новая сфера. Новые вызовы. Но с журналис-

тикой не завязал... Не отпустила меня она. Всегда считал, и студентам, когда преподавал в вузе, говорил: главное качество журналиста — любопытство, забраться куда-то, раскопать что-то и рассказать об этом другим. Если неинтересно вам, то почему должно быть интересно другим? Всегда видно, когда продукт сделан тят-ляп.

Сама технология — создание контента, его упаковка и перепакетировка — дело вторичное. Этому можно научить. В общем, любопытство и зуд никуда не делись. Встал вопрос, куда эту энергию перенаправить.

1. Стал работать на фрилансе. Работать, конечно, громко сказано. Иногда попадает на глаза



тема, которую хочется изучить, докопаться до сути. Отмечу сразу, это не заказ чей-то, а моя инициатива.

Так, больше года собирал информацию о том, как размещалась реклама на остановках общественного транспорта Красноярска, выяснилось, что действующая схема нарушает требования антимонопольного законодательства (*кьюар-код*). Полгода готовил материал о реновации улиц Вавилова — Семафорная, за красивым термином «обновление городской среды» скрывается банальное уплотнение застройки (*скрин*).

Как показала практика, написать текст — полдела, далее нужно, чтобы материал дошел до широкой аудитории. Конечно, все шаги расследования описывал в своих соцсетях, но как журналист видел необходимость в публикации итогового материала в большом СМИ. Все-таки это именно журналистский продукт. Тут пришлось походить по редакциям, продавать продукт.

2. Активизировался на своей странице ВКонтакте. Тут публикую информацию об интересных местах, где побывал, гиды и дайджесты. А также рассказываю о буднях управдома и активиста: выкладываю чек-листы и

делюсь историями из жизни, как получить субсидию из бюджета на ремонт двора, дома, как получить перерасчет за некачественную коммунальную услугу, как добиться освещения дорог к школе, о нюансах взаимоотношений с управляющей компанией, администрацией района — города.

В общем, такая житейская информация. Справочник активного горожанина, только все советы и алгоритмы действия опробованы автором. Мой опыт. То, чем живу ежедневно.

3. Завел вместе с супругой канал на Дзене «В городе Жить». Здесь также публикую информацию об интересных местах на карте мира, дайджесты, а также интервью с интересными, на мой взгляд, людьми. Как говорится, чистое творчество, для души и для тех, кто любит лонгриды.

ПРИШЛОСЬ ВОССТАНАВЛИВАТЬ КОНТАКТЫ

Как только опубликовал в соцсетях пост о том, что ушел из редакции газеты, мой почтовый ящик резко стал скуднее. Обратил на это внимание не сразу. Оказалось, что некоторые пресс-секретари, увидев запись в соцсетях, удалили меня из рассылки. Попросил включить



обратно. Я ж не с журналистикой завязал, а лишь из газеты ушел.

Для себя сделал отметку, что в регионах компании по старинке работают с аудиторией, прежде всего, через СМИ и свои ресурсы, а не блогеров. В общем, нуж-

но напоминать о себе, не терять контакты.

Безусловно, использовать сугубо рекламную рассылку ты не будешь, но если, скажем, возникнет возможность забраться на гребень ГЭС, попасть на стройку нового энергоблока на ТЭЦ и увидеть энергетический стриптиз, то грех ею не воспользоваться.

БЛОГЕР VS ЖУРНАЛИСТ

На первый взгляд, главный минус перехода из штатной журналистики в блогосферу — это потеря преимуществ, которые дает тебе закон о СМИ.

Да, если ты не представитель зарегистрированного в законном порядке издания, то, в частности, тебя не обязаны аккредитовать на мероприятия и создавать благоприятные условия для работы, отвечать на запросы в течение семи дней.

Но есть масса возможностей обойти это препятствие.

А) Можно воспользоваться «услугами» дружественного СМИ, аккредитоваться от их редакции, на их бланке отправить запрос — это обычная практика, которая давно применяется.

Б) Можно выезжать на связях в пресс-службах, наработанных за годы работы в штатной журналистике.

В) А можно этого не делать, ведь существуют федеральные законы о доступе к информации, об обращениях граждан. Да, 30 дней на рассмотрение обращения — это больше, чем не-

деля, но когда ты работаешь над большим материалом и тебя не подгоняют сроки, то это не критично.

А порой, как показывает личный опыт, даже предпочтительнее запросить информацию, как частное лицо. Особенно, когда ведется работа над расследованием. И вот почему:

1. Принципиален сам факт подачи и регистрации обращения.

Кто работает в журналистике, знает, что в спорных случаях сложно доказать факт, к примеру, устного запроса. Ну не записывал ты свой звонок пресс-секретарю.

Я люблю пользоваться электронными формами подачи обращений на сайтах администраций и надзорных органов. Каждое обращение регистрируется, ему присваивается номер.

То есть в будущем легко будет доказать сам факт отправки обращения, где поставлены конкретные вопросы.

Что ответ не получен в установленные законом сроки. А в некоторых ведомствах (например, так работает сайт администрации Красноярска) можно отследить весь путь рассмотрения обращения: прописано, кто назначен ответственным за подготовку ответа. Иногда интересно наблюдать, как разные структуры мэрии перекидывают вопросы друг другу.

2. Если есть возможность получить интересующую информацию без привлечения пиарщика, то однозначно надо ею пользоваться.

Я хорошо помню те времена, когда почти любому спикеру можно было позвонить на личный рабочий/сотовый, и он спокойно с тобой общался.

Когда гайки стали закручиваться, то многие сотрудники администраций и компаний на такие звонки стали отвечать: все вопросы через пресс-службу.

А все мы реалисты и хорошо понимаем задачи пиарщика. Он умолчит о том, о чем не стоит упоминать, подлакирует то, что готов выдать.

И здесь обращение частного характера на руку журналисту.

В этом случае ответ готовит рядовой сотрудник ведомства, да, перед отправкой подготовленной информации бумага заверяется руководителем, но все равно в ответ могут проскочить случайно вещи, которые пиарщик бы никогда не пропустил.

Да и банально на этапе подготовки и согласования ответа внутри ведомства может произойти сбой, кто-то проглядел, кто-то более информированный в теме и знающий, о чем писать не стоит, на больничном, в командировке.

У нас в Красноярске несколько лет назад было интересное судебное разбирательство про межевание земель под многоквартирными домами.

Застройщики периодически формируют, расформируют участки под строящимися объектами (это такой способ вписаться в нормативы по плотности застройки, обеспеченности социальными объектами).

На момент начала стройки дома площадь земельного участка одна, а к моменту ввода в эксплуатацию — меньше. И эта отрезанная часть присоединяется к другому, соседнему земельному участку, где тоже планируется стройка.

И — о чудо! — можно не свечку впихнуть, а, к примеру, двухподъездный дом зафигачить. Или не 16-этажку построить, а 24-этажку). В общем, жители новостройки, у которых оттяпали часть земли под соседнюю стройку, долго судились. В итоге выиграли. Причем случайно.

Ясное дело, что муниципалитет и застройщик никаких ценных документов, как менялись границы участка, не предоставили, мол, бумаги утеряны.

Спас всех Росреестр. После любой манипуляции с землей новый участок с новыми границами ставят на кадастровый учет, и все межевые материалы тоже передаются на хранение в ведомство.

В общем, через запрос судьи все эти документы и диски, где зафиксированы манипуляции с земельным участком, удалось истребовать.

Запросов отправлялось много, но окончился результатом один, который попал к случайному исполнителю.

Тот сотрудник, что периодически отвечал отказом на запросы, отсутствовал какое-то время на работе, а тот, которому поручили подготовку ответа на время отсутствия, предоставил всю информацию, что нашел и кото-

рую почему-то «не мог найти» прежний исполнитель.

САМ СЕБЕ РЕЖИССЕР

Для регионального журналиста давно стало нормой, что зачастую необходимо и самому фото снять, и квиз подготовить, и ролик для соцсетей смонтировать. Но в условиях редакции всегда можно делегировать часть работы коллегам, на худой конец получить консультацию у более знающего товарища. Когда твоя команда — это ты сам, то берешь себя в руки и разбираешься, делаешь.

Я сугубо пишущий человек. Вся моя история в журналистике — это буквы, слова. И, возможно, так бы я и занимался только текстами, если бы не случай.

В 2018 году меня «на слабо» занесло на Третий кубок мультимедийного вызова, организованного Оксаной Силантьевой и ее компанией SilaMedia.

Это небанальный журналистский конкурс, когда ты отбираешь свои вышедшие работы на тему и отправляешь их на суд жюри.

Это соревнование в режиме реального времени, как Олимпийские игры. Есть 42 дня, есть 40 заданий. Отсчет пошел. Выбираешь и делаешь. Изюминка кубка медиавызова (всего их было четыре, сейчас, к сожалению, этот конкурс не проводится) в том, что каждое задание нужно было выполнить с использованием различных мультимедийных программ.

Такой образовательный момент. К примеру, карту-путешествие нужно сделать в StoryMap



Андрей Мужчинский

27 дек 2022 в 15:41

Спасибо спасателям за их труд! А технологии, что даже я, сугубо пишущий чел, могу и инфографику сделать и видео смонтировать

Если где-то случилось ЧП, с момента поступления

[Показать полностью...](#)



(<https://storymap.knightlab.com>)

квиз, тест, карточки в PlayBuzz

(<https://www.playbuzz.com/>),

инфографику в Infogram

(<https://infogram.com/>) или

Canva (<https://www.canva.com>).

Кубок я тогда выиграл, полученные знания и открытые программы использую до сих пор.

Сейчас с помощью простых компьютерных программ и приложений на телефоне сделать можно любой мультимедийный контент.

Причем зачастую абсолютно бесплатно. **Для монтажа видео я для себя, например, открыл и активно использую мобильное приложение CapCut.**

Правда, надо быть готовым, что многие такие мультимедийные инструменты не русифицированы. Но там очень понятный интерфейс, разобраться просто.



В свете последних геополитических событий ряд зарубежных инструментов для нашей страны недоступен, к примеру, популярная у многих Канва.

Я стараюсь пользоваться теми приложениями, где созданный продукт можно скачать. В противном случае вы рискуете оказаться в не очень приятной ситуации.

Зачастую созданная карта, инфографика хранятся на сервере создателей сервиса, вы же берете сгенерированный код вставки `<iframe>` или `<div>` и используете его на своем сайте.

Все хорошо, пока жив сайт сервиса, как только он закрывается, вы получаете пустоту или ошибку 404.

Так, к примеру, несколько лет назад был прекрасный ресурс OCCRP, где можно было рисовать и показывать взаимосвязи между различными компаниями, сейчас его нет. Вместе с ним канули в лету и созданные там схемы. Такая же история с сервисом Vizor, с помощью которого можно было делать виртуальные туры.

Кроме того, надо быть готовым к тому, что бесплатные программы будут напоминать о себе в готовом продукте. Где-то это водяные знаки, а где-то — логотип в конце.

Так, если ролик смонтирован в CapCut, то после завершения видео автоматически всплывает кадр с логотипом приложения. Но его легко отрезать либо в том же приложении, либо в любом встроенном в смартфоне проигрывателе.

В общем, выбор программ и приложений сейчас огромный. Ищите те, что удовлетворяют вашим запросам.

Подборки таких сервисов с инструкциями по использованию можно найти на сайтах <https://sila.media/> и <https://gribnica.online/>.

РЕГУЛЯРНОСТЬ. МОНЕТИЗАЦИЯ. И МЫСЛИ ВСЛУХ

А теперь ответы на два главных вопроса: про мои временные затраты на ведение блогов и доходы от них.

Большие тексты, интервью и расследования пишу не чаще одного раза в месяц, а то и реже. Потом пристраиваю их в СМИ. Публикации на канале в Дзене выходят раз в неделю, посты на моей странице ВКонтакте — несколько раз в неделю. В общем, в моем распоряжении есть только свободное от основной работы время. Им и оперирую.

Важная ремарка. Ни в Дзене, ни в соцсетях не публикую рекламу. Это мое принципиальное решение. В ленте продажные посты всегда заметны, и лично меня их наличие лишь отталкивает от страницы и канала. Пользователи сегодня подписываются и отписываются очень легко. Зачем их провоцировать лишний раз.

Отдельная история — алгоритмы платформ, которые периодически еще и меняются. **На моих глазах многие СМИ превратились в инструмент по перепечатке топа Яндекса.** Такой себе путь развития. Нет желания

тратить себя на то, чтобы ублажать хотелки алгоритмов.

Да, я принимаю правила игры, понимаю, что задача платформ — не чтобы авторы зарабатывали, а чтобы владельцы платформ зарабатывали на том, что кто-то публикует контент. Авторы тоже получают доход, но его размер регулирует платформа. Создатель контента всегда в проигрышном положении. Можно, конечно, пытаться обмануть правила, вылезти на хайпе и кликбейте. Это выбор каждого автора.

Лично мне не хочется плодить многочисленный некачественный контент на грани. Такого в сети и так предостаточно. Только продукт, за который не стыдно, под которым готов поставить свое имя. Да, сейчас блогосфера, но за спиной 20 лет работы в журналистике.

Доходы? Зарабатываю на жизнь сейчас спичрайтом. Фрилансерство и блоги — это несистематический дополнительный заработок (к слову, у меня на Дзене подключена монетизация, но, честно говоря, деньги смешные), и, прежде всего, это имиджевые проекты.

Есть потребность оставаться в информационном поле, не терять журналистские навыки и говорить о том, что считаю важным, с аудиторией, которая разделяет мои ценности и которая любит длинное вдумчивое чтение. Этим и занимаюсь)

&